

## Formación de comunicadores/ educadores

# Los ámbitos de producción de los materiales educativos

por **Lucía de Barrio, Verónica Medina y Mónica Mereles**

## Resumen

El presente trabajo se propone describir los ámbitos de producción de materiales educativos, centrando la problematización en las particularidades –impronta, intereses, objetivos, criterios–, las tensiones y dificultades presentes en cada uno de ellos y el posicionamiento ideológico que le es inherente a la producción. Se pueden reconocer tres espacios específicamente diferenciados desde los que se trabaja en la producción de materiales educativos; a mencionar: el ámbito estatal, el ámbito privado y el ámbito de las organizaciones del tercer sector o sin fines de lucro. El estudio de cada uno de estos ámbitos, sin dudas, puede resultar atrayente a la hora de investigar el universo educativo, no sólo en la esfera escolar (a la que comúnmente se asocia aquella actividad), sino también en todos los espacios de la vida social.

## Palabras clave

Comunicación – educación – materiales educativos – ámbitos de producción

## Abstract

*The aim of this paper is to describe the areas that produce educational materials, focusing on the particularities –marks, interests, objectives and criteria–, tensions and struggles present in each one of them, and the ideological positioning attached to the production itself. There can be recognized three different spaces: the public area, the private area, and the non-governmental organizations (NGO) area, all of which produce several kinds of educative materials. The study of these matters could be interesting for those who are involved in the educational universe, not only in the school sphere, but also in every aspect of the social life.*

## Key words

Communication – education – educational materials – production areas

La problematización respecto de los Materiales Educativos (ME) es una tarea indispensable, e incluso pendiente, para todos aquellos que se desenvuelven en el ámbito de la educación, debido a que se trata de herramientas clave en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los ME se constituyen como instrumentos para socializar la cultura, transmitir contenidos y producir transformaciones significativas en los sujetos, resultando útiles en el proceso educativo, ya sean consumidos de manera directa o a través de la apropiación previa de intermediarios. Por ello, se pueden discutir las formas de uso y su variedad, pero no su inevitabilidad.

De los diversos aspectos que pueden estudiarse con respecto a los ME,<sup>1</sup> el proceso de producción es uno de los más interesantes, pues implica una variedad de dinámicas que tienen que ver con la apropiación, organización y transmisión de un conocimiento determinado, con personas que llevan a cabo esta labor, en un contexto de producción y con los destinatarios que harán uso de aquello que se creó.

El presente trabajo se propone realizar un reconocimiento de cómo

### Lucía de Barrio

luciadebarrio@hotmail.com  
Profesora y Licenciada en Comunicación Social, Facultad Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Cursa la Especialización en Prácticas, Medios y ámbitos educativo-comunicacionales, FPyCS, UNLP.

### Verónica Medina

veromedinaz@yahoo.com  
Profesora y Licenciada en Comunicación Social, FPyCS, UNLP, Argentina. Cursa la Especialización en Prácticas, Medios y ámbitos educativo-comunicacionales, FPyCS, UNLP.

### Mónica Mereles

monica.mereles@gmail.com  
Profesora y tesista, Licenciatura en Comunicación Social, FPyCS, UNLP, Argentina. Cursa la Especialización en Prácticas, Medios y ámbitos educativo-comunicacionales, FPyCS, UNLP.

### Artículo:

Recibido: 25/11/2012

Aceptado: 05/08/2013

es dicho proceso, centrándose, específicamente, en los distintos ámbitos (estatal, privado y del tercer sector), desde los que se realizan producciones.

En el oficio de búsqueda de un estado del arte sobre la temática, se advirtió la escasez de investigaciones y de textos analíticos. Esto último fue lo que motivó al equipo investigador a centrar su labor en la descripción de las particularidades, presentes en los distintos ámbitos desde los que se producen materiales educativos.

Esta clasificación parte del arbitrario metodológico de reconocer y analizar procesos de producción desde los ámbitos mencionados. Por lo tanto, no ansía ser rigurosa sino que intenta orientar sobre los posibles escenarios de elaboración de ME.

Antes de desarrollar en profundidad el tema enunciado, es necesario comenzar este abordaje definiendo el concepto de **materiales** en el medio educativo. Para ello se retomó lo propuesto por Gabriel Kaplún (1996): "Entendemos por material educativo un objeto que facilita una experiencia de aprendizaje. O, si se prefiere, una experiencia mediada para el aprendizaje. Esta definición aparentemente simple tiene varias consecuencias.

La que nos importa aquí es que un material educativo no es solamente un objeto (texto, multimedia, audiovisual o cualquier otro) que proporciona información sino que, en un contexto determinado, facilita o apoya el desarrollo de una experiencia de aprendizaje. Es decir: una experiencia de cambio y enriquecimiento en algún sentido: conceptual o perceptivo, axiológico o afectivo, de habilidades o actitudes, etc."

Se puede pensar en dos tipos de ME:<sup>2</sup> aquellos objetos o productos pensados, diseñados y elaborados desde su origen, con una intencionalidad educativa; y todos aquellos objetos que forman parte del ámbito cultural y que no han sido diseñados con una finalidad formativa pero que, insertos en un contexto de enseñanza, se resignifican y adquieren dicho carácter.

Resulta oportuno mencionar que el equipo entiende a la **educación** en un sentido amplio, tal como lo explica Rosa Buenfil Burgos (1992), como un proceso de formación de sujetos inscripto en diferentes espacios sociales, ya sean éstos formales (como lo es por excelencia, la escuela), o informales (la calle, la feria, partidos políticos, etcétera). Partiendo de este enfoque, el espa-

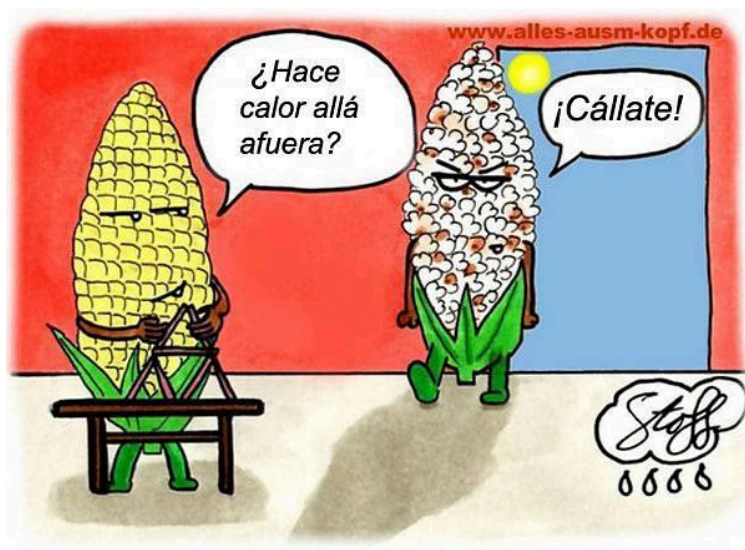
cio de intervención de los materiales educativos se amplía enormemente, pues abarca a una multiplicidad de instituciones, e incluso espacios no institucionalizados donde tienen lugar diversos procesos educativos.

Por último, un aspecto a tener en cuenta en la definición del objeto de estudio es la **dimensión ideológica** presente en todos los ME. Estos productos culturales expresan, explícita o implícitamente, una forma de ver al mundo y de habitarlo: "En su contenido dicen y a la vez callan; afirman y a la vez niegan; incluyen y a la vez segregan; ensalzan y a la vez denigran. Construyen un relato imposible de ser percibido como un producto esterilizado, ajeno al orden social y sus conflictos" (AA.VV., 2006: 13-15). Es decir, que cada vez que se producen materiales (música, libros, películas, revistas, entre otros) hay una intencionalidad política: "Lo que está en juego es el poder. Poder epistemológico para determinar qué es lo verdadero; poder moral para sopesar qué es lo justo y poder estético para disfrutar qué es bello. Poder didáctico para construir formas singulares de pensamiento y de acción. Poder pedagógico con capacidad de narrar, de contar, de establecer relaciones causales, de contribuir con la edificación de identidades" (AA.VV., 2006: 13-15).

De este modo, adentrarse en el estudio del universo de los ME resulta una tarea compleja, dada la multiplicidad de aristas y dimensiones que los atraviesa, pero a su vez indispensable para todos aquellos que intervienen en los diversos niveles del proceso educativo.

### Los ámbitos de producción de los ME

Explicar el **proceso de producción** de un ME no es tarea sencilla, por ello este trabajo se vale de una



experiencia propia, vinculada a la realización de **micros** audiovisuales con una intencionalidad educativa.<sup>3</sup> En el marco de esta actividad, se llevó adelante un trabajo de campo que implicó el acercamiento y entrevista a ciertas voces representativas que trabajan en distintos ámbitos de producción.

En principio, se puede afirmar que cualquier producción de ME implica una variedad de procesos, que tienen que ver con quién lleva a cabo este trabajo (lo cual involucra la apropiación, organización y transmisión de un conocimiento determinado); con el contexto de producción (que influye de manera determinante en el producto educativo); y con los destinatarios que harán uso de aquello que se ha creado.

Cuando se inicia un proceso de producción se deben tener en cuenta las transformaciones tecnológicas, culturales y sociales, pero también las particularidades del contexto en el que se pretende insertar el material. Esto va a ayudar para que el mismo no sea sólo un objeto que proporciona información. Como señala Carlos Cortés es preciso pensar: “¿Para qué sirven nuestros materiales? ¿A quién le sirven nuestros materiales? [...] En comunicación educativa no se puede andar con rodeos frente a la finalidad de lo que se hace. O los materiales cumplen sus propósitos o algo anda mal en la concepción, la planificación o el desarrollo de un proyecto” (Cortés, 1993).

Asimismo, es necesario comprender que es fundamental conocer al destinatario, las condiciones del contexto educativo y dar cuenta de las inquietudes y problemáticas que atraviesan ese espacio.

Ahora bien, es posible clasificar a las instituciones y organizaciones que se dedican a la producción de materiales educativos dentro tres ámbitos diferenciados, a mencionar: el ámbito estatal, el ámbito privado y el ámbito de las organizaciones del tercer sector o sin fines de lucro.

Dicha clasificación parte de reconocer ciertos aspectos que se consideraron relevantes para describir un ámbito de producción. Por un lado, es necesario identificar cuál es el **objetivo** que persiguen estos espacios; por otro, el modo de **financiación** o procedimiento por el cual se sustentan. Y por último, la **dimensión ideológica** presente tanto en el proceso de producción, como en otras instancias (distribución, circulación, uso, evaluación, entre otras).

Entonces, cada uno de los ámbitos mencionados presenta ciertas características, particularidades –impronta, intereses, objetivos, criterios, lenguajes, valores y formas de proceder– que se constituyen en la esencia de cada uno, y que serán desarrolladas a continuación.

El **ámbito comercial o privado** está conformado por organismos, empresas, unidades productoras de bienes y/o servicios para la venta en el mercado. Se caracteriza porque la propiedad de los medios de producción está en manos privadas. Su lógica de funcionamiento responde a aquella que propone el mercado, y las actividades que realizan tienen fines de lucro. Este ámbito puede establecer relaciones comerciales con otros actores, como por ejemplo el Estado. Sin embargo, el fin que persiguen es el de obtener beneficios económicos. Para las organizaciones que componen este ámbito, los ME, que constituyen su producto,

son mercancías.

Resulta interesante agregar que existe una amplia variedad de empresas que producen ME, sin que esta actividad sea su razón de ser. También están aquellas que se dedican exclusivamente a dicha labor, es decir que su esencia, su materia prima son los ME. Se puede mencionar, a modo de ejemplo: editoriales, consultoras, productoras de contenidos, entre otras. Como expresa Diego Manusovich (en De Barrio, Medina y Mereles, 2012),<sup>4</sup> gerente general de la Productora de Contenidos Educativos Foro21, “hay empresas privadas que no están preparadas para hacer con calidad lo que no es motivo y razón de su negocio. Por eso, es probable que lo hagan mal cuando lo hagan, por más buena voluntad. Entonces ahí estamos nosotros”.

A su vez, el ámbito privado tiene una forma particular de concebir la producción, que se evidencia, por ejemplo, en el lenguaje utilizado. En este sentido, Manusovich (en De Barrio, Medina y Mereles, 2012), menciona que un equipo productor requiere de “un líder de proyecto que es el que tiene la visión estratégica de cuál es el *target*; en qué situación y contexto se va a brindar esa formación, ese cambio cultural; dónde va a anidar ese proyecto. Lo que aporta el líder es una visión transversal que permite situar en tiempo y lugar dónde va a ocurrir el proceso educativo”. Términos como “**líder**” o “**target**” se relacionan con un posicionamiento vinculado a lógicas mercantiles o al *marketing*, propio de este ámbito. En el mismo sentido, se considera a los destinatarios como clientes, y se ponen en juego conceptos como “el *key visual* (imagen clave) o todo lo que es la propuesta

del *look and feel* (ver y sentir), todo lo que es estético, el diseño”.

Por su parte, los espacios que integran el **ámbito estatal** son aquellos cuya actividad se encuentran dentro de la esfera de lo público. Éstos no poseen fines de lucro, sus acciones deberían apuntar a proveer, garantizar y supervisar una educación integral, a partir de la producción de los materiales, entre otras cosas. Vale decir que entendemos que un Estado no es una entidad homogénea, por lo que podemos encontrar diferencias en su interior (Araneta, 2012).<sup>5</sup>

A su vez, es importante destacar, que se consideran producciones propias del ámbito estatal (nacional, provincial o municipal) no solo a los ME generados desde este espacio, sino también a todos aquellos que son financiados con fondos públicos y, aunque realizados por terceros, se llevan a cabo en el marco de una política pública.

Cuando el Estado se inserta como productor de ME, entiende que estos últimos son “materiales comu-

nitativo-educativo que se insertan en el marco de unas estrategias que exceden ese material, es decir que éste es una acción concreta en una estrategia más amplia y que tiene otras acciones en el territorio [...] Materiales en el marco de contextos que tienen que ver con políticas públicas, es decir, acciones que intentan tener una incidencia determinada, en una comunidad determinada, sobre una problemática determinada (Araneta, 2012)”.

Desde este ámbito, la producción de ME se relaciona con un momento histórico específico y con un determinado proyecto político, el cual se corresponde con un modelo de sujeto.

Es posible diferenciar el **ámbito del tercer sector** (OTS), descrito también como entidades sin fines de lucro, organizaciones de la sociedad civil, no gubernamentales (ONG) y de economía solidaria. De acuerdo con una definición basada en aspectos de estructura y forma de operación, estas instituciones comparten los siguientes criterios: no

distribuyen entre sus gestores o socios los excedentes que producen, sino que los utilizan en su misión social; internamente poseen presencia y estructura organizacional, fines y límites operativos y no son agrupaciones transitorias; su identidad y autoridad son privadas y separadas del aparato gubernamental; controlan sus actividades, definen y alteran su misión, estructura y estatutos y escogen sus miembros y directivos (Rodríguez Villasante, 2001).

Se desarrollan en forma independiente, aunque en ciertas instancias o momentos históricos pueden estar asociados al sector público. Esto se debe a que la misión de las OTS es atender a ciertos requerimientos que realiza la sociedad, y que no son satisfechos por otros canales. Como expresa Diego Jaimes:<sup>6</sup> “El proceso de trabajo tiene que ver con recoger una demanda que está dando vueltas; con temas que están circulando en las organizaciones y que no hay ninguna producción que dé cuenta de eso. Digamos que no hay o no se ven producciones hechas desde una perspectiva que nosotros entendemos que es lo comunitario, lo popular, o con un sentido público también. Tenemos que hacerlas, tenemos que organizarnos y ver cómo hacerlas visibles públicamente”.

A su vez, las lógicas de producción, financiación, circulación así como también la forma de concebir a sus destinatarios se plantea desde una mirada particular, que responde a sus intereses y se apoya en el proyecto al que adscriben. Estos son variados, por lo que no hay una única forma de comprender el proceso.

En el caso de FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), las decisiones se toman de **manera asamblearia**, a partir de la reunión de los representantes de todas las radios en la Comisión Directiva o la Mesa Nacional. Es en este espacio



**Materiales Educativos producidos por distintos ámbitos.**



donde se plantean los lineamientos generales, se organizan las actividades y se conforman los equipos de trabajo para encarar los proyectos, que también surgen de estos encuentros.

### Interrelaciones: vínculos y tensiones

Como ya se ha explicitado, existen diferencias importantes entre las lógicas de producción de ME en cada ámbito. Mientras que los objetivos de las entidades privadas están relacionados a la actividad comercial, en el ámbito estatal y el del tercer sector o sin fines de lucro, los objetivos están vinculados con satisfacer demandas del tipo social. Esto no quiere decir que las características señaladas sean privativas de cada uno de los ámbitos, sino que son aquellas que predominan en los diferentes espacios, y que se han elegido ponderar, a los fines analíticos de este trabajo.

En este sentido, M. González Frígoli remarca estas diferencias al considerar que: “Cuando se producen ME desde empresas privadas, lo que pide el mercado son recetas, casos de éxito, que puedan ser replicados, *tips*, sugerencias para ser fácil y rápidamente aplicadas. Cuando se produce o se gestiona materiales desde el propio Estado lo que se busca es la profundidad en la mirada, esto quiere decir que hay un análisis contextual importante, un análisis objetivo del público al que va dirigido. El mercado es más efec-  
tista en la producción de ME, busca la receta de aplicación rápida y no la descripción genérica, detallada de los contextos, de los procesos históricos. Creo que ahí tenemos una clara demarcación con relación a la

producción de ME desde el Estado y desde las empresas privadas” (González Frígoli en De Barrio, Medina y Mereles, 2012).

La oposición que el entrevistado plantea, podría resumirse en la **receta vs. contexto y profundidad**. Se puede agregar, que la inmediatez que caracteriza la producción de ME, en el ámbito privado, se opone con el largo plazo que contemplan las políticas públicas. Aunque no en todos los casos, pero sí en gran parte de ellos, las iniciativas estatales se enmarcan dentro de proyectos de mayor escala, donde la producción de los materiales no tiene necesariamente que mostrar resultados en el momento, sino que se articulan con procesos más lentos, complejos y en constante construcción.

Los diferentes ámbitos forman parte de un mismo universo social, y por ello establecen interrelaciones, que pueden traducirse en complementos o tensiones, distanciamientos, o incluso enfrentamientos abiertos y explícitos. Una de estas interacciones se produce entre el ámbito privado y el estatal, en la medida en que muchas veces se convierten en competidores. De esta manera, cada una de las esferas hace uso de los mecanismos de que dispone, para hacer prevalecer su desempeño: “Cuanto mayor sea la libertad de competencia, mayor debe ser la responsabilidad del Estado. No se puede pretender que el Estado sea el único encargado de la producción de materiales, sin la participación de industriales y comerciantes, como cuando se impulsa la exclusión del Estado y se pretende el monopolio de la industria privada. Lo primero conduce a formar políticas [o industrias] autoritarias, siempre relacionadas con la

dominación y la censura, como hay pruebas sobradas en nuestra historia. Y lo segundo es la vieja, siempre renovada estrategia de lo que hoy llamamos neoliberalismo: anular la acción rectora del Estado, en nombre de mezquinas leyes de mercado que supeditan el interés colectivo por el negocio de unos pocos” (AA. VV, Dossier, Anales de la Educación, 2006: pp. 8)

La presencia de empresas privadas que participan de la producción de ME, por ejemplo en el contexto escolar, determina en gran medida los contenidos. Como explica Manuel Área Moreira (1994): “La elaboración de material impreso de enseñanza no sólo responde a fines o intereses exclusivamente pedagógicos, sino también, y de una forma legítima en una sociedad de mercado, a intereses de beneficio y rentabilidad económica de la empresa que los produce”.

Un claro ejemplo de las **tensiones** presentes entre estos ámbitos, es la que se produjo a partir del Programa Educativo “Textos Escolares para Todos”, cuando el gobierno provincial produjo y distribuyó en forma gratuita, manuales escolares. A partir de la premisa de fomentar la igualdad de oportunidades en el acceso a los libros, en la formación de lectores, en la provisión de saberes y conocimientos para todos los alumnos, llevó a cabo esta iniciativa. De esta manera, asumía la responsabilidad de: “Proveer, garantizar y supervisar una educación integral, inclusiva, permanente y de calidad” (Puiggrós, 2007).

Frente a esta situación, la Cámara Argentina de Publicaciones decidió publicar una Solicitada repudiando dicho programa y asumiendo una postura negativa frente a la posi-

bilidad de que el Estado ingrese al mercado como productor de ME. En la misma, se argumentaba que “la iniciativa es nefasta porque establece una única forma de pensar, desconociendo la esencia y el respeto por el pluralismo, base fundamental de la enseñanza, sobre los cuales se sustentan las democracias” (*El Día*, 20/12/2005).

Sin embargo, no siempre los diferentes actores entran en conflicto, pues existen oportunidades donde puede darse una **cooperación entre los diferentes ámbitos**, como por ejemplo, entre el estatal y aquel que no posee fines de lucro (OTS). Dependiendo de las características del Estado, puede producirse un trabajo conjunto, por ejemplo, cuando el primero tiene una actitud de intervención y de incidencia directa en las cuestiones sociales. En este contexto, las entidades que canalizan demandas insatisfechas de la sociedad, muchas veces facilitan la resolución de estos problemas ya que mantienen un vínculo con los destinatarios, y tienen un trabajo previo con los mismos.

El caso de FARCO, constituye un ejemplo, ya que en los últimos años ha trabajado junto al Estado para generar y sustentar proyectos vinculados a la comunicación. Específicamente, en el marco de la Elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, ha desarrollado diversas iniciativas para contribuir a su fortalecimiento, como por ejemplo cartillas explicativas y producciones radiofónicas, según relató Diego Jaimes.

También es necesario remarcar, que esta vinculación puede disminuir cuando el Estado se ausenta dejando lugar, por ejemplo a la lógica del mercado, como ocurrió en nuestro país en los años noventa. Este periodo fue, precisamente, el que dio lugar a la proliferación de

las organizaciones que componen el ámbito sin fines de lucro, proceso del cual surgen las ONG como los ejemplos más conocidos. Durante aquellos años “el Estado fue abandonando su función de contralor y entregó a la libertad de mercado la toma de decisiones, lo que dio lugar en muchos casos a situaciones que relegan las cuestiones políticas y pedagógicas a problemas de *marketing*” (AA.VV., 2006).

Por otra parte, en ciertas oportunidades puede producirse una **asociación entre el sector privado y el estatal**, cuando el primero es contratado para brindar servicios al segundo. Son escasas las oportunidades en que el Estado cuenta con equipos específicos para desarrollar ME y, ante esta realidad, se opta por convocar empresas privadas que cuentan con la infraestructura para hacerse cargo de dichas tareas. Un ejemplo, en este sentido es Canal *Encuentro*, que pertenece a la esfera estatal y que contrata a distintas productoras de contenidos para producir materiales que componen su programación, manteniendo siempre un criterio que concuerda con su carácter público.

### A modo de síntesis

Este trabajo intenta ser un **aporte a las discusiones** en torno de los Materiales Educativos. Además de ensayar definiciones y problematizar los ámbitos de producción de los mismos, se acerca a las relaciones e interacciones que forman parte de un proceso de reconocimiento, de construcción de sentidos, significados y subjetividades que hacen a la Comunicación/ Educación en su conjunto; y que se visualiza en la producción de ME desde distintos ámbitos.

En la selección, uso y papel desempeñados por los materiales es-

tán implicadas formas de entender la comunicación, la cultura, hábitos profesionales, individuales y colectivos de educadores, hábitos de consumo, intenciones explícitas y ocultas de controlar el contenido y mecanismos económicos, entre otros. Y los ámbitos que se encargan de elaborar los ME no están ajenos al momento de adoptar un posicionamiento en relación con estos ejes.

Como se mencionó en un inicio, los ME ocupan un lugar preponderante en los procesos pedagógicos; de modo que su producción desde distintos ámbitos es un tema de interés para avanzar en la comprensión de dicha práctica.

Por otra parte, pretende ser un **disparador** para insertar estas reflexiones, sobre los ME, en la formación en Comunicación/ Educación. Sobre todo, en cómo se entiende la forma de asumir el lugar y las prácticas como comunicadores-educadores en los procesos socioculturales, desde una mirada histórico crítica, acerca de los modos en que los procesos de transmisión y los educadores están siendo interpelados, tratando de avanzar en la definición de nuevos sentidos.

Específicamente, **en el ámbito de la educación resulta fundamental para los educadores reflexionar sobre cuáles son los ME que se seleccionan y utilizan en los procesos pedagógicos**, ya que éstos se constituirán en las herramientas que facilitarán las experiencias de aprendizaje. Reconocer las particularidades de los ámbitos de producción y las tensiones que los atraviesan puede colaborar con la construcción de este espacio pedagógico.

## Notas

- 1 Debemos reconocer que hay aristas diversas que se pueden abordar en relación con los Materiales Educativos. A mencionar: evaluación, validación, destinatarios, uso e impacto, lenguajes/ formatos, entre otros.
- 2 Gabriel Kaplún (1996) clasifica a los materiales educativos en “propialemente tales” (intencionada y explícitamente educativos), materiales educativos “no anunciados” (donde esta explicitación no se realiza), y materiales educativos “inesperados” (donde la intención educativa no está en quien los produjo sino en quien lo utiliza). La clasificación desarrollada en el presente trabajo es más simple y acotada que la propuesta por Kaplún –quien aclara que su categorización tiene carácter de provisoria–, con la intención de evitar las posibles confusiones y discusiones que traen aparejada las difusas fronteras entre una y otra definición, de las que el autor da cuenta.
- 3 Estas producciones fueron realizadas en 2012, en el marco del Taller de Análisis, Producción y Evaluación de Materiales y Medios en Educación, que se dicta en la carrera Profesorado de Comunicación Social, en la FPyCS, de la UNLP.
- 4 Entrevista realizada a Diego Manusovich, Gerente General de Foro21, Productora de Contenidos Educativos.
- 5 Entrevista realizada a Federico Araneta, productor de ME y docente de la FPyCS.
- 6 Entrevista realizada a Diego Jaime, vocal integrante de FARCO, Foro Argentino de Radios Comunitarias.

## Bibliografía

- AREA MOREIRA, Manuel (1994). *Los medios y materiales impresos en el currículo*, en SANCHO GIL, Juana María (coord.). *Para una tecnología educativa*, Cap. IV, Barcelona, Horsori.
- AA.VV. (2006). “Dossier: El rol del Estado en la producción de textos escolares”, en *Anales de la educación común*, Tercer siglo Año 2, N° 3, La Plata, Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, Dirección Provincial de Planeamiento, abril.
- AA.VV. (2007). “Dossier: Textos escolares: una política de acceso igualitario al conocimiento”, en *Anales de la educación común*, Tercer siglo, Año 3, N° 6, La Plata, Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, julio.
- CÁMARA ARGENTINA DE PUBLICACIONES (2005). Solicitada de la Cámara Argentina de Publicaciones, diario *El Día*, La Plata, 20 de diciembre.
- BUENFIL BURGOS, Rosa Nidia (1992). *Análisis de Discurso y Educación*, en Documento DIE 26, México DF, Departamento de Investigaciones Educativas Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional.
- CORTÉS, Carlos Eduardo (1993). *Herramientas para validar*, San José de Costa Rica, Mimeo.
- De BARRIO, Lucía; MEDINA, Verónica y MERELES, Mónica (2012). Entrevista audiovisual a Diego Jaime, La Plata, Cátedra del Taller de Análisis, Producción y Evaluación de Materiales y Medios en Educación, Profesorado en Comunicación, FPyCS-UNLP, otoño, inédito.
- (2012). Entrevista audiovisual a Martín González Frígoli, La Plata, Cátedra del Taller de

Análisis, Producción y Evaluación de Materiales y Medios en Educación, Profesorado en Comunicación, FPyCS-UNLP, otoño, inédito.

----- (2012) Entrevista audiovisual a Diego Manusovich, La Plata, Cátedra del Taller de Análisis, Producción y Evaluación de Materiales y Medios en Educación, Profesorado en Comunicación, FPyCS-UNLP, otoño, inédito.

HUERGO, Jorge (2011). “Comunicación/ Educación: un acercamiento al campo”, Documento de Cátedra, La Plata, Comunicación y Educación, FPyCS-UNLP.

KAPLÚN, Gabriel (1996). “Materiales ‘educativos’ que no educan, materiales ‘no educativos’, que educan”, revista *La Piragua*, N° 12-13, Santiago de Chile, CEAAL.

PUIGGRÓS, Adriana (2007). Editorial, Presentación del Programa Educativo “Textos Escolares para Todos”.

RODRÍGUEZ VILLASANTE, Tomás (2001). “Los retos del Tercer Sector. Acción Formativa 44: El Tercer Sector y su incidencia en el ámbito local”, FEMP-Concejalía de Participación Ciudadana Ayuntamiento Alicante, 24 al 26 de octubre.

ROCKWEL, Ellsie (2009). “Reflexiones sobre el trabajo etnográfico”, en *La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos*, Capítulo 2, Buenos Aires, Paidós.